

СЕКЦІЯ 2

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ (РІЗНИХ ФОРМ ВЛАСНОСТІ)

ВЫЖИВАНИЕ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ ТУРБУЛЕНТНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ

В. Н. БАБАЕВ, д-р наук по гос. упр., проф., Е. В. ДЫМЧЕНКО, д-р экон. наук, проф., В. И. ТОРКАТЮК, д-р техн. наук, проф., С. Ю. ЮРЬЕВА, канд. экон. наук, доц., Т. И. СВЕТЛИЧНАЯ, доц., Д. В. БУТНИК, ассист., И. А. СКЛЯРОВА, магистр

*Харьковский национальный университет городского хозяйства
имени А. Н. Бекетова*

Большинство компаний начинают свою деятельность как небольшие узкоспециализированные предприятия, обслуживающие местные или региональные рынки. На начальной стадии существования ассортимент выпускаемой ими продукции, невелик, собственные средства ограничены, а конкурентные позиции, уязвимые. Молодая строительная компания старается увеличить объем продаж, повышая долю рынка и завоёвывая признание покупателей.

Прибыль реинвестируется, берутся новые кредиты, чтобы максимально использовать возможности для роста. Цена, качество, сервис и реклама самым тщательным образом подгоняются под интересы покупателей. Ассортимент выпускаемой продукции расширяется, чтобы удовлетворить самые разнообразные запросы потребителей.

На следующем этапе изыскиваются возможности для географической экспансии. Как правило, она происходит в такой последовательности: местный – региональный – национальный – международный рынки. Глубина проникновения может варьироваться в зависимости от уровня рентабельности. На одном из пересеченных уровней географическая экспансия может быть остановлена из-за слишком жёсткой конкуренции, недостатка ресурсов или непривлекательности дальнейшего освоения рынка путём диверсификации.

Стратегия диверсифицированного строительного предприятия (компании) обычно концентрируется на:

1. Деятельности по продвижению строительного предприятия в отрасли, выбранные для диверсификации (основными вариантами здесь являются либо покупка предприятия, работающей в целевой отрасли, либо создание совместного предприятия с другим предприятием с целью вхождения в новую отрасль, либо создание и развитие новой компании с нуля).

2. Мерах по улучшению долгосрочной работы с портфелем деловой активности компании при условии, что диверсификация уже достигнута (усиление конкурентных позиций фирмы в соответствующих отраслях, свертывание тех видов деятельности, которые уже не вписываются в долгосрочные планы руководства, а также расширение сферы функционирования фирмы).

3. Попытках использовать любые стратегические преимущества, связанные с хозяйственным портфелем строительной компании, их превратить их в конкурентное преимущество.

4. Оценке перспектив рентабельности для каждого из подразделений предприятия и стягивании корпоративных ресурсов туда, где существуют наиболее привлекательные стратегические возможности для роста.

Выполнение этих требований позволяет достичь организации синергетического эффекта.

ЗМІНИ СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ У СФЕРІ БЛАГОУСТРОЮ

О. М. БУРАК, канд. екон. наук, доц.

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова,

вул. Маршала Бажанова, 17

ledanext@mail.ru

Функціонування сфери благоустрою залежить від позитивних змін, які мають відбуватися у всіх регіонах України в рамках виконання вимог, передбачених Законом України «Про благоустрій населених пунктів».